

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.4 Bisnis yang Ditawarkan.....	8
1.5 Visi, Misi dan Nilai	9
BAB II ANALISIS EKSTERNAL	10
2.1 Kerangka Kerja.....	10
2.2 Analisis PEST.....	10
2.2.1 Politik	10
2.2.2 Ekonomi	12
2.2.3 Sosial	13
2.2.4 Teknologi.....	16
2.3 Analisis Kekuatan Kompetitif	18
2.3.1 <i>Threats of New Entrants</i>	19
2.3.1.1 Skala Ekonomi Perusahaan (Bobot 0.1, Indeks 2)	19
2.3.1.2 Kemudahan Duplikasi Produk (Bobot 0.2, Indeks 2).....	19
2.3.1.3 Pendanaan Pemain Baru (Bobot 0.2, Indeks 1)	20
2.3.1.4 Channel Distribusi (Bobot 0.2, Indeks 3)	20
2.3.2 <i>Bargaining Power of Buyers</i>	21
2.3.2.1 Penetapan Harga Konsumen (Bobot 0.4, Indeks 3).....	21
2.3.2.2 Jumlah Konsumen (Bobot 0.4, Indeks 3)	21
2.3.2.3 <i>Switching Cost</i> (Bobot 0.4, Indeks 1).....	22
2.3.3 <i>Threats of Substitute Products</i>	22
2.3.3.1 Harga dan Kualitas (Bobot 0.4, Indeks 3)	22
2.3.3.2 Kemudahan (Bobot 0.5, Indeks 3).....	23

2.3.4	<i>Bargaining Power of Suppliers</i>	24
2.3.4.1	Penetapan Harga Pemasok (Bobot 1.0, Indeks 1).....	24
2.3.5	<i>Rivalry Among Existing Firms</i>	24
2.3.5.1	<i>Business Growth</i> (Bobot 0.3, Indeks 1).....	24
2.3.5.2	Diferensiasi Produk (Bobot 0.2, Indeks 1)	24
2.3.6	Analisa Porter	25
2.6	Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	27
BAB III ANALISIS INTERNAL		28
3.1	<i>Framework</i>	28
3.1	<i>Resources</i>	28
3.2.1	<i>International Organization for Standardization (ISO)</i> (6-8).....	28
3.2.2	<i>Human Resources</i> (8-7).....	29
3.2.3	<i>Capital Funding</i> (8-7).....	29
3.2.4	<i>Technology</i> (8-8)	30
3.2.5	<i>Payment Gateway</i> (8-9).....	30
3.2.6	<i>Vendor Location</i> (7-8)	31
3.2.7	<i>Connection</i> (8-9).....	31
3.2.8	<i>Brand Reputation</i> (8-4).....	31
3.3	<i>Capabilities</i>	31
3.3.1	<i>Strategic Management</i> (8-7).....	32
3.3.2	<i>Competitive Price</i> (8-8)	32
3.3.3	<i>Excellence Service</i> (7-8)	33
3.3.4	<i>Innovations</i> (8-9)	33
3.3.5	<i>Mass Printing</i> (8-3)	33
3.3.6	<i>Misprint Quality</i> (8-4)	34
3.3.7	<i>Service Range</i> (7-4)	34
3.3.8	<i>System Malfunction</i> (9-3).....	34
3.3.9	<i>Business Development</i> (8-8)	34
3.3.10	<i>Autorization Violation</i> (4-6)	35
3.3.11	<i>Denial of service</i> (8-3).....	35
3.3.12	<i>Customer Trust</i> (9-4)	35
3.4	<i>Scoring Potential for Sustainable Competitive Advantage</i>	36
3.5	<i>Bossprint Competitive Advantage</i>	37
3.6	Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	39
BAB IV PERENCANAAN STRATEGIS		40
4.1	<i>Framework</i>	40
4.2	Strategi Jangka Pendek – Menengah – Panjang	41
4.3	<i>Input Stage</i>	42

4.3.1.1	Evaluasi Faktor Eksternal & Internal (IFE & EFE).....	42
4.3.2	<i>Competitive Profile Matrix</i>	44
4.4	<i>Matching Stage</i>	45
4.4.1	Analisa SWOT.....	45
4.4.2	IE Matrix	47
4.5	<i>Decision Stage (QSPM)</i>	48
4.6	<i>Networking Effect</i>	52
4.7	<i>Lean Canvas Model</i>	53
BAB V PERENCANAAN PEMASARAN		54
5.1	<i>Framework</i>	54
5.2	Tujuan dan Sasaran Pemasaran	54
5.2.1	Tujuan Pemasaran	54
5.2.2	Sasaran Pemasaran	55
5.3	Analisa Strategi	55
5.3.1	<i>Segmenting</i>	55
5.3.2	<i>Targeting</i>	56
5.3.3	<i>Positioning</i>	58
5.4	Strategi Marketing.....	59
5.4.1	<i>Business to Business</i>	60
5.4.1.1	<i>Network</i>	60
5.4.1.2	<i>Interaction</i>	60
5.4.1.3	<i>Common Interest</i>	61
5.4.1.4	<i>Experience</i>	61
5.4.2	<i>Bussiness to Customer</i>	61
5.4.2.1	<i>Product</i>	61
5.4.2.2	<i>Price</i>	62
5.4.2.3	<i>Place</i>	62
5.4.2.5	<i>Promotion</i>	62
5.5	<i>Sales</i>	63
5.5.1	Menentukan struktur dan tenaga penjualan.....	64
5.5.2	Meningkatkan keahlian tenaga penjual	64
5.5.3	Membangun pengetahuan tentang pelanggan.....	65
5.5.4	Memotivasi dan menginspirasi tenaga penjual.....	65
5.5.5	Kontrol Performa.....	65
5.6	<i>Marketing Expense</i>	65
5.7	<i>Net Marketing Contribution (NMC)</i>	66
BAB VI RENCANA OPERASI		68
6.1	<i>Framework</i>	68

6.1.1	Tahapan Pendirian Bisnis Usaha	68
6.1.2	Logo Perusahaan	69
6.1.3	Lokasi Perusahaan	69
6.2	Tujuan dan Sasaran Operasi	69
6.2.2	Sasaran Operasi	70
6.3	Desain Operasi.....	71
6.3.1.	Desain Produk	71
6.3.2.	Layout dan Aliran Jasa	75
6.3.3.	Teknologi Proses	75
6.4.3	Perencanaan Kontrol Ketersediaan.....	78
6.4.4	Manajemen Kualitas.....	79
BAB VII PERENCANAAN SDM (HUMAN CAPITAL PLAN).....		82
7.1	Tujuan dan Sasaran HC	82
7.1.1	Tujuan HC	82
7.1.2	Sasaran HC	82
7.2.1	Budaya Perusahaan.....	84
7.3.1	Struktur Organisasi	88
7.4.	Perencanaan Human Capital.....	89
7.4.1	Rekrutmen	89
7.4.2	Pelatihan dan Pengembangan	89
7.4.2.1	<i>BossPrint Academy</i>	89
7.4.2.2	<i>People-Up Program</i> (Pengembangan karir).....	90
7.4.3	Sistem Kompensasi	90
7.4.3.1	Kompensasi finansial :.....	91
7.4.4	Evaluasi Kinerja	91
7.4.5	Anggaran Biaya SDM	92
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN		95
8.1	<i>Framework</i>	95
8.2	Tujuan dan Sasaran Keuangan	95
8.2.1	Tujuan Keuangan.....	95
8.2.2	Sasaran Keuangan.....	96
8.3	Elemen Perencanaan Keuangan.....	96
8.3.1	Perencanaan Pendapatan.....	96
8.3.2	Perencanaan Biaya Terkait	97
8.3.3	Perencanaan Investasi.....	98
8.3.4	Perencanaan Kebutuhan Modal	98
8.3.5	Perencanaan Pembiayaan	99
8.4	Proyeksi Keuangan	99
8.4.1	Proyeksi Laporan Laba-Rugi.....	99

8.4.2	Proyeksi Neraca Keuangan.....	100
8.4.3	Proyeksi Laporan Arus Kas.....	100
8.5	Analisa Kelayakan Investasi.....	101
8.5.1	<i>Return on Investment (ROI)</i>	101
8.5.2	Return on <i>Equity (ROE)</i>	102
8.5.3	NPV (<i>Net Present Value</i>).....	102
8.5.4	PBP (<i>Payback Period</i>).....	103
8.5.5	IRR.....	103
8.6	Analisa Kinerja Keuangan.....	103
8.6.1	Rasio Likuiditas.....	103
8.6.2	Rasio Solvabilitas (%).....	104
8.6.3	Rasio Profitabilitas (%).....	104
8.7	Grafik Antara Beban, Sales, dan Biaya Marketing.....	104
BAB IX PERENCANAAN RISIKO		105
9.1	<i>Framework</i>	105
9.2	Tujuan dan Sasaran Risiko.....	105
9.2.1	Tujuan Risiko.....	105
9.2.2	Sasaran Risiko.....	105
9.3	Prinsip Manajemen Risiko.....	106
9.4	Kerangka Manajemen Risiko.....	107
9.5	Proses Manajemen Risiko.....	107
9.5.1	Identifikasi Risiko.....	109
9.5.2	Identifikasi Dampak Risiko.....	109
9.5.3	Analisis Risiko.....	111
9.5.4	Evaluasi Risiko.....	112
9.5.5	Penanganan Mitigasi.....	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN 1.....		119
LAMPIRAN 2.....		120
LAMPIRAN 3.....		122
LAMPIRAN 4 (BAB 5).....		123
LAMPIRAN 5 (BAB 6).....		128
LAMPIRAN 6.....		129
LAMPIRAN 7.....		130
LAMPIRAN 8.....		132
LAMPIRAN 9.....		133
LAMPIRAN 10.....		134
LAMPIRAN 11.....		135
LAMPIRAN 12.....		140

LAMPIRAN 13 (BAB 7)	145
Lampiran 14.....	152
Lampiran 15.....	152
Lampiran 16.....	153
Lampiran 17.....	153
Lampiran 18.....	154
LAMPIRAN 19	157
LAMPIRAN 20	158
LAMPIRAN 21	159
LAMPIRAN 22	160